



**PENGARUH HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI  
TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA USAHA BORDIR  
DAN KONVEKSI KOPERASI PADURENAN JAYA DESA  
PADURENAN KECAMATAN GEBOG KABUPATEN KUDUS**

Diajukan Oleh :

**SYAIFUL HANAF  
NIM. 2011-11-065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2015**



**PENGARUH HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI  
TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA USAHA BORDIR  
DAN KONVEKSI KOPERASI PADURENAN JAYA DESA  
PADURENAN KECAMATAN GEBOG KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
jenjang pendidikan strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

**SYAIFUL HANAF**  
**NIM. 2011-11-065**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2015**

**PENGARUH HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP NILAI  
PENJUALAN PADA USAHA BORDIR DAN KONVEKSI KOPERASI  
PADURENAN JAYA DESA PADURENAN KECAMATAN GEBOG  
KABUPATEN KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi

Universitas Muria Kudus

Kudus, ..... 2015

Mengetahui,

KetuaProgDi

**Noor Azis, SE., MM.**  
NIDN : 0609107501

Mengetahui,

Dekan

**Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM.**  
NIDN : 0618066201

Pembimbing I

**Dr. MamikIndaryani, Dra., MS.**  
NIDN : 0628045901

Pembimbing II

**Iwan Suroso, SE., MM.**  
NIDN : 0603067701

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

- ❖ “Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari satu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”.(Qs Al-Insyirah: 6-8)
- ❖ “Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat, Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan”. (Thomas A. Edison)

### PERSEMBAHAN :

- ✓ Bapak : Susanto (Alm) dan Ibu : Sumiati.
- ✓ Calon Istriku kelak.
- ✓ Teman-temanku seperjuangan.
- ✓ Almamater UMK.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah S.W.T atas segala ridho, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **PENGARUH HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP NILAI PENJUALAN PADA USAHA BORDIR DAN KONVEKSI KOPERASI PADURENAN JAYA DESA PADURENAN KECAMATAN GEBOG KABUPATEN KUDUS** sebagai salah satu syarat kelulusan dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Tidak lupa salam dan shalawat penulis panjatkan atas junjungan Rasulullah S.A.W serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini khusus saya dedikasikan buat kedua orang tuaku tercinta, Ayahanda (Alm) dan Ibunda yang selama ini telah memberikan motivasi, perhatian, semangat, saran, dan doa yang selalu menyertaiku dalam hidupku. Semoga Allah S.W.T selalu memberikan kemuliaan disisi-Nya. Bimbingan, dorongan dan bantuan dari para pengajar, rekan-rekan serta ketulusan hati dan keramahan dari banyak pihak, sangat membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini dengan harapan dapat mencapai hasil sebaik mungkin. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs., MM., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.



2. Ibu Dr. Mamik Indaryani, Dra., MS., selaku dosen pembimbing I dan Bapak Iwan Suroso, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah member arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Seluruh Dosen Jurusan Manajemen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus, terima kasih atas segala bantuan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis.
4. Seluruh responden pengusaha border dan konveksi yang terdaftar sebagai anggota di koperasi padurenan jaya kudu yang bersedia meluangkan waktu pengisian kuesioner.
5. Sahabat Seperjuanganku, yang selalu menemani penulis dalam susah maupun senang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat jauh dari kesempurnaan. Karena keterbatasan ilmu pengetahuan maka kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangatlah diperlukan untuk memperbaiki penelitian ini kedepan. Mohon maaf jika ada kesalahan dan kekhilafan penulis selama ini. Akhir kata, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga kelak skripsi dapat bermanfaat bagi pribadi maupun orang banyak. *Amin.*

Kudus, 2015

Peneliti

**Syaiful Hanaf**

**PENGARUH HARGA, DISTRIBUSI DAN PROMOSI TERHADAP NILAI  
PENJUALAN PADA USAHA BORDIR DAN KONVEKSI KOPERASI  
PADURENAN JAYA**

**SyaifulHanaf**  
**NIM 2011-11-065**

Pembimbing : 1. Dr. MamikIndaryani, Dra., MS.  
2. IwanSuroso, SE., MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel harga, distribusi dan promosi secara parsial dan simultan memiliki pengaruh terhadap nilai penjualan dan untuk mengetahui variabel manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap peningkatan nilai penjualan pada pengusaha border dan konveksi di Padurenan Jaya. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini adalah harga, distribusi dan promosi, sedangkan variabel terikatnya adalah nilai penjualan. Jenis dan sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Populasi adalah Pengusaha border dan konveksi yang terdaftar sebagai anggota di Koperasi Padurenan Jaya, sampel sebanyak 53 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara.

Uji instrumen data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Metode pengolahan data menggunakan scoring, editing, dan tabulating. Analisis data meliputi analisis deskriptif, analisis kuantitatif, dan analisis regresi. Harga member pengaruh paling dominan terhadap peningkatan nilai penjualan melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan dengan nilai<sub>hitung</sub> sebesar 5.677. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga, distribusi dan promosi secara parsial berpengaruh terhadap variabel nilai penjualan dan variabel harga, distribusi dan promosi memiliki nilai korelasi yang positif dan signifikan terhadap variabel nilai penjualan.

**Kata kunci** : harga, distribusi, promosi dan nilai penjualan.

***EFFECT OF PRICE, DISTRIBUTION AND PROMOTION OF VALUE  
SALES BUSINESS EMBROIDERY AND CONVECTION COOPERATIVE  
PADURENAN JAYA***

**SyaifulHanaf**  
**NIM 2011-11-065**

Advisor : 1. Dr. Mamik Indaryani, Dra., MS.  
2. Iwan Suroso, SE., MM.

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS  
STUDY PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS**

***ABSTRACT***

*This study aimed to determine whether variable pricing, distribution and promotion of partially and simultaneously have an influence on the value of sales and to determine which variables that have a dominant influence on the increase in the value of sales in embroidery and garment entrepreneurs in Padurenan Jaya. The independent variable used in this research is the price, distribution and promotion, while the dependent variable is the value of sales. Types and sources of data using primary and secondary data. Population is embroidery and garment entrepreneurs who are registered as members in the Cooperative Padurenan Jaya, a sample of 53 respondents. Data collection using questionnaires, interviews.*

*Test of instrument data using validity and reliability test. Using the scoring method of data processing, editing and tabulating. Data analysis included descriptive analysis, quantitative analysis, and regression analysis. The price is the most dominant influence on the increase in the value of sales through calculations that have been done with  $t_{count}$  of 5677. Based on the results of this study indicate that the variable pricing, distribution and promotion of the partial effect on the variable value of sales, and variable pricing, distribution and promotion have a value and significant positive correlation on the variable sales value.*

***Keywords :price, distribution, promotion and sales value.***



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	4
1.3. Perumusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Pemasaran .....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran .....	6
2.1.2. Konsep Pemasaran .....	8
2.1.3. Strategi Pemasaran .....	9
2.2. Harga .....	10

2.2.1. Pengertian Harga .....	10
2.3. Distribusi .....	16
2.3.1. Pengertian Distribusi.....	16
2.4. Promosi .....	21
2.4.1. Pengertian Promosi .....	21
2.5. Nilai Penjualan .....	28
2.5.1. Pengertian Nilai Penjualan .....	28
2.5.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Penjualan .....	29
2.6. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	31
2.7. Kerangka Pemikiran teoritis .....	34
2.8. Hipotesis .....	35
<b>BAB. III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	36
3.2. Variabel Penelitian .....	36
3.2.1. Macam Variabel .....	36
3.3. Definisi Operasional .....	37
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	43
3.5. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	44
3.6. Pengumpulan Data .....	45
3.7. Uji Instrumen Data .....	47
3.7.1. Uji Validitas .....	47
3.7.2. Uji Reliabilitas .....	49
3.8. Pengolahan Data .....	49

3.9. Analisis Data .....	50
3.9.1 Analisis Deskriptif .....	50
3.10. Analisis Regresi .....	51
3.10.1. Analisi Regresi Berganda .....	51
3.11. Uji Hipotesis .....	52
3.12. Analisis Koefisien Determinasi .....	54
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	56
4.2. Analisis Deskriptif .....	59
4.3. Analisis Data .....	62
4.3.1. Identitas Responden .....	62
4.3.2. Analisis Regresi .....	63
4.3.3. Hasil Pengujian Hipotesis .....	65
4.3.4. Uji F (Uji Berganda) .....	68
4.3.5. Koefisien Determinasi .....	69
4.4. Pembahasan .....	70
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
5.1. Kesimpulan .....	72
5.2. Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	31
2. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
3. Hasil Uji Validitas.....	48
4. Hasil Uji Reliabilitas .....	48
5. Frekuensi Variabel Harga .....	59
6. Frekuensi Variabel Distribusi .....	60
7. Frekuensi Variabel Promosi .....	61
8. Deskripsi Variabel Nilai Penjualan .....	62
9. Identitas Responden .....	62
10. <i>Koefisien Standartdiez Beta</i> .....	63
11. Hasil Analisis Regresi Secara Parsial.....	65
12. Hasil Uji F Secara Berganda .....	68
13. Koefisien determinasi .....	69